

Luciane Pereira da Silva Navarro
(Organizadora)



Bibliografia História da Mídia e da Imprensa

 **Atena**
Editora
Ano 2019

Luciane Pereira da Silva Navarro
(Organizadora)

Bibliografia: História da Mídia e da Imprensa

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Geraldo Alves
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.ª Dr.ª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
B582	Bibliografia [recurso eletrônico] : história da mídia e da imprensa / Organizadora Luciane Pereira da Silva Navarro. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-605-8 DOI 10.22533/at.ed.058190309 1. Jornalismo – Bibliografia. I. Navarro, Luciane Pereira da Silva. CDD 016.0704495
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

As páginas que você está prestes a ler vão conduzi-lo para além da mera constatação histórica sobre os caminhos percorridos pela imprensa nos últimos dois séculos. Os textos que compõem esta obra elástica vão levá-lo à compreensão singular de particularidades sobre o desenvolvimento da comunicação e do jornalismo sob as perspectivas política, cultural, social e histórica.

Ao percorrer os capítulos, especialmente no primeiro e último, você, leitor, encontrará textos que, habilmente construídos, suscitam a reflexão sobre as práticas comunicacionais em diferentes contextos políticos desde o Estado Novo, a Ditadura Militar até a crise recente enfrentada pelo Brasil e que culminou com o impeachment de Dilma Rousseff. A amplitude temporal dos textos torna perceptível a evolução do papel dos meios de comunicação, tradicionais e alternativos, ao longo do tempo e através da evolução tecnológica. No capítulo final, em especial, a política é o pano de fundo de grande parte dos textos que, ao cabo, vão ajudá-lo a compreender tramas históricas que conduziram o jornalismo ao seu status atual, uma prática profissional em rápida e constante transformação.

As aproximações e afastamentos entre diferentes linguagens, formatos jornalísticos e práticas socioculturais estão organizadas no segundo capítulo: Mídia, Arte e Memória. Os artigos selecionados abordam desde quadrinhos, ilustração, documentarismo e street papers até jornalismo literário. Da trama tecida entre os títulos desta seção emana a compreensão do valor memorialístico do jornalismo, prática diária de registro da realidade e de escuta dos sujeitos, que contribui para a preservação da memória social.

Luciane Pereira da Silva Navarro

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
MÍDIA IMPRESSA, COMUNICAÇÃO E HISTÓRIA: BREVES CONSIDERAÇÕES E APROXIMAÇÕES	
<i>Giovana Montes Celinski</i> <i>Ivania Skura</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903091	
CAPÍTULO 2	11
OS CEM ANOS DA IMPRENSA NO BRASIL: A COMEMORAÇÃO ATRAVÉS DA EXPOSIÇÃO E DOS CATÁLOGOS DO IHGB	
<i>Alvaro Daniel Costa</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903092	
CAPÍTULO 3	23
A HISTÓRIA DA TV BRASIL ENCONTRANDO A SAÚDE: UM ESTUDO DE CASO	
<i>Vitor Pereira de Almeida</i> <i>Iluska Maria da Silva Coutinho</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903093	
CAPÍTULO 4	37
ASPECTOS DA HISTÓRIA DO JORNALISMO ESPORTIVO	
<i>Thalita Raphaela Neves de Oliveira</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903094	
CAPÍTULO 5	50
RADIOJORNALISMO NO BRASIL: UMA ANÁLISE DA EVOLUÇÃO CURRICULAR	
<i>Lourival da Cruz Galvão Júnior</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903095	
CAPÍTULO 6	62
COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO: DAS TIC AOS DISPOSITIVOS MÓVEIS	
<i>Ana Graciela M. F. da Fonseca Voltolini</i> <i>José Serafim Bertoloto</i> <i>André Galvan da Silveira</i> <i>Ed Wilson Rodrigues Silva Júnior</i> <i>Lucinete Ornagui De Oliveira Nakamura</i> <i>Paula Viviana Queiroz Dantas</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903096	
CAPÍTULO 7	74
O SURGIMENTO DA IMPRENSA EM MATO GROSSO E EM MATO GROSSO DO SUL	
<i>Danusa Santana Andrade</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903097	

CAPÍTULO 8	85
DESENVOLVIMENTO E DIFUSÃO DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS A PARTIR DE JORNAIS ESTADUNIDENSES DO SÉCULO XIX	
<i>Juliana de Kássia de Oliveira Angelim</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903098	
CAPÍTULO 9	97
DA ILUSTRAÇÃO À TELA DA TV: A EVOLUÇÃO DA EXPRESSÃO ARTÍSTICA NAS REVISTAS BRASILEIRAS	
<i>Talita Souza Magnolo</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903099	
CAPÍTULO 10	114
CONTRIBUIÇÕES DO JORNALISMO LITERÁRIO PARA A CONSTRUÇÃO DE PÓS-MEMÓRIAS NA COLONIZAÇÃO PORTUGUESA NA ÁFRICA DO SÉCULO XX	
<i>Flávia Arruda Rodrigues</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030910	
CAPÍTULO 11	123
O DOCUMENTÁRIO XICO STOCKINGER COMO LUGAR DE MEMÓRIA	
<i>Alini Hammerschmitt</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030911	
CAPÍTULO 12	132
JORNALISMO NA ERA DOS TESTEMUNHOS: UMA CHANCE DE APRENDER COM O CINEMA	
<i>Cristine Gerk Pinto Carneiro</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030912	
CAPÍTULO 13	145
OS <i>STREET PAPERS</i> COMO INSTRUMENTOS DE RESGATE DO CIDADÃO EM VULNERABILIDADE SOCIAL: ESTUDO DE CASO DA REVISTA OCAS”	
<i>Franklin Larrubia Valverde</i>	
<i>Marília Gomes Ghizzi Godoy</i>	
<i>Rosemari Fagá Viégas</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030913	
CAPÍTULO 14	156
CRIAÇÃO DA PRIMEIRA TV EDUCATIVA DO BRASIL - A IMPLANTAÇÃO DA TV UNIVERSITÁRIA, CANAL 11: EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E AS RELAÇÕES DE PODER	
<i>Maria Clara de Azevêdo Angeiras</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030914	

CAPÍTULO 15	169
REPRESENTAÇÃO SOCIAL DE PODER E REBELDIA NO JORNALISMO IMPRESSO NO COMEÇO DO SÉCULO XX – LITERATURA E ANARQUISMO EM PERSPECTIVA HISTORIOGRÁFICA	
<i>Manuel Marquez Viscaíno Jr</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030915	
CAPÍTULO 16	183
CORRESPONDENTES BRASILEIROS NA SEGUNDA GUERRA E A SAÍDA PARA TRÊS TIPOS DE CENSURA	
<i>Rosamary Esquenazi</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030916	
CAPÍTULO 17	192
IMPrensa ALTERNATIVA E NEOPENTECOSTALISMO: ESTRATÉGIAS PARA UM MOMENTO DE CRISE POLÍTICA	
<i>Matheus Lobo Pismel</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030917	
CAPÍTULO 18	202
PORTFÓLIO DE ORLANDO BRITO: O FIM DA ERA DILMA NA REVISTA PIAUÍ	
<i>André Melo Mendes</i> <i>Mírian Sousa Alves</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030918	
SOBRE A ORGANIZADORA	215
ÍNDICE REMISSIVO	216

IMPrensa ALTERNATIVA E NEOPENTECOSTALISMO: ESTRATÉGIAS PARA UM MOMENTO DE CRISE POLÍTICA

Matheus Lobo Pismel

Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)

Ponta Grossa – PR

RESUMO: Este trabalho retoma o momento histórico de crise da imprensa alternativa do período de resistência à ditadura militar para lançar elementos ao momento atual de dificuldade das esquerdas, a partir da noção de estratégia de recuo político. Destaca-se o papel do Partido dos Trabalhadores (PT) no fim do ciclo da imprensa alternativa, no início dos anos 1980, e nas políticas de governo de 2003-2016, que não avançaram na democratização da comunicação, apesar das expectativas dos movimentos sociais ligados ao tema. A análise exploratória do avanço do fenômeno neopentecostal nas últimas décadas, diretamente relacionado com os problemas imediatos das classes populares, busca refletir sobre o terreno de disputa ideológica em que as esquerdas terão de se debruçar caso assumam a estratégia de recuo apresentada. No caso das táticas de comunicação, busca-se a relação entre o popular e o massivo a partir de uma abordagem do conceito de ideologia que assuma sua materialidade nas práticas do dia a dia.

PALAVRAS-CHAVE: imprensa alternativa; esquerda política; comunicação popular;

políticas da comunicação; religião.

ABSTRACT: This work resumes the historical moment of crisis of the alternative press of the period of resistance to the military dictatorship to launch elements to the present moment of difficulty of the left, starting from the notion of strategy of political retreat. The role of the Partido dos Trabalhadores (PT) is highlighted at the end of the alternative press cycle in the early 1980s and in the government policies of 2003-2016, which did not advance the democratization of communication despite the expectations of social movements. The exploratory analysis of the advance of the neopentecostal phenomenon in the last decades, directly related to the immediate problems of the popular classes, seeks to reflect on the terrain of ideological dispute in which the leftists will have to deal with if they adopt the presented retreat strategy. In the case of communication tactics, the relationship between the popular and the massive is sought based on an approach to the concept of ideology that assumes its materiality in day-to-day practices.

KEYWORDS: alternative press; left politics; popular communication; communication politics; religion.

PRÉ-TEXTO CONTEXTUAL

Este trabalho foi originalmente apresentado no Grupo de Trabalho (GT) de História da Mídia Alternativa no 6º Encontro Regional Sul de História da Mídia (Alcar Sul), em junho de 2016. Naquela ocasião, o cenário de retrocessos sociais começava a se materializar, com a confirmação do golpe parlamentar, que derrubou Dilma Rousseff (PT). De lá para cá, a crise das forças de esquerda, analisadas neste artigo, mostrou-se ainda mais profunda, em especial, com a eleição de Jair Bolsonaro (PSL). Cabe ressaltar, por fim, que as forças políticas vinculadas ao neopentecostalismo, também tratadas no texto, foram apoiadoras de primeira ordem de Bolsonaro. Assim, ainda que a conjuntura tenha se alterado sensivelmente nos últimos três anos, os elementos centrais desta análise seguem presentes na vida social brasileira e, em alguns aspectos, foram intensificados.

INTRODUÇÃO

A história da imprensa alternativa no Brasil está diretamente condicionada pelo desenvolvimento dos partidos de esquerda e de movimentos sociais em geral. O último ciclo alternativo, de 1964 a 1980, acompanhou a resistência ao regime militar, terminando com a abertura democrática e a acomodação das forças políticas, especialmente com o surgimento do Partido dos Trabalhadores (PT), que contrastava com os paradigmas dos partidos clandestinos responsáveis por grande parte dos jornais daquela época. Para Kucinski (1992), apesar de o fim da ditadura ter sido uma vitória política, o fim do ciclo da imprensa alternativa está marcado por uma profunda crise de identidade das esquerdas, que provocaria um rápido deslocamento do “vanguardismo” para as bases sociais.

Considerando que a crise do quarto mandato de governo federal do PT, desde a reeleição de Dilma Rousseff em 2014 até o afastamento da presidenta para julgamento do processo de impedimento, inevitavelmente, influencia toda a esquerda política brasileira, quais as consequências e os desafios que podem ser relacionados com um novo ciclo da imprensa e comunicação alternativa? Qual o novo terreno na disputa de hegemonia?

IMPrensa ALTERNATIVA DURANTE A DITADURA MILITAR: INÍCIO, MEIO E FIM

Bernardo Kucinski (1992, p.5) conta em “Jornalistas e Revolucionários” que foi durante o regime militar que a imprensa alternativa chegou a seu auge, quando, entre 1964 e 1980, foram editados cerca de 150 periódicos no país. Este ciclo surgiu da articulação de dois fatores centrais: “o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade”.

Desse cruzamento, surgiram jornais tanto da iniciativa de organizações

políticas de esquerda (a maior parte clandestina), quanto aqueles com motivações propriamente jornalísticas. “Mas foi tão intenso o apelo do imaginário político nos anos de 1970, principalmente após 1975, que mesmo jornais originalmente desvinculados de partidos políticos, como *Versus* e *De Fato*, acabaram dominados pela prática partidária” (KUCINSKI, 1992, p.7).

Para Kucinski (1992, p. 94), o fim deste ciclo da imprensa está bem demarcado. “Como se tivesse ocorrido um cataclisma, quase todos os jornais alternativos que circulavam entre 1977 e 1979 deixaram de existir a partir de 1980-1981.” Entre as causas, o autor cita o fim da necessidade de resistir à ditadura militar e uma série de vícios das organizações políticas, como modelos de gestão e distribuição “antieconômicos”, sectarismo, aparelhamento e dificuldade em atualizar formatos e linguagens.

Em síntese, Kucinski acredita que o desaparecimento deste ciclo da imprensa alternativa está prioritariamente relacionado a profundas mudanças nas esquerdas, marcadas pelo surgimento do Partido dos Trabalhadores (PT) no início dos anos 1980.

A extinção dos alternativos pode ser sintomática de algo mais profundo do que simplesmente, ou apenas, a lógica do regime autoritário. Pode ter sido sintomática do fim de outros ciclos, cujo ocaso se confundiu com o da ditadura brasileira sem ter com ela uma relação direta. A morte de propostas éticas de transformação social, da crença na realização pessoal através da ação coletiva ou comunitária. Muitos jornais alternativos do último período desapareceram em meio a um processo político no interior das esquerdas mais complexo que a mera passagem do espaço clandestino e semi-clandestino para uma esfera pública. *O que ocorreu foi, antes de tudo, uma implosão do paradigma leninista, operada pelo surgimento inesperado (e por isso, em parte indesejado) do Partido dos Trabalhadores* (KUCINSKI, 1992, p. 14, grifo nosso).

ESTRATÉGIA DE RECUIO

Antes do “cataclisma” da imprensa alternativa, Kucinski apresenta sinais da crise daquele modelo de imprensa alternativa, de identidade marcada pelos partidos políticos “de vanguarda” da época.

Essa implosão foi antecipada por Amanhã, quando Chico de Oliveira propôs explicitamente o *repúdio ao aparelhamento do jornal*; por Batente, ao criar o conceito de frente de massa, como forma de *impedir a instrumentalização por partidos*; e pelos jornais basistas, fruto da *necessidade da esquerda de recuar, de abdicar do papel de vanguarda e humildemente se realimentar junto ao povo*. A partir do surgimento do movimento pró-PT, em 1979, de um momento para o outro estava rompida a dualidade entre espaço clandestino e esfera pública, entre vanguarda e massa (KUCINSKI, 1992, p. 14, grifo nosso).

Os “alternativos basistas”, como conceituou Kucinski, que anunciaram a crise de ciclo, seguiam se inspirando nos modelos da imprensa alternativa, mas buscavam uma “comunicação direta entre jornalista e público”, ou seja, “jornais em que as

bases populares são ao mesmo tempo sujeito da comunicação e seu próprio agente”. Nessa noção estão incluídas tanto iniciativas diretamente vinculadas a movimentos populares, “apenas difusores de uma outra articulação de base”, quanto projetos jornalísticos como sendo eles próprios um movimento de base, “cuja reivindicação específica é a de praticar um determinado tipo de jornalismo possível apenas fora do mercado convencional”.

Aparece forte a tática de valorização da cultura popular e de “uma prática específica – um bairro, uma favela, um distrito industrial – na qual os códigos pudessem ser facilmente compartilhados”. A fase derradeira daquela imprensa alternativa, assim, está marcada por essa “estratégia de recuo” (KUCINSKI, 1992, p. 83, 85, 86) das esquerdas frente a uma nova conjuntura política, cristalizada pela ascensão dos movimentos populares e de base, que desaguaria na formação inesperada do PT.

A estratégia de recuo pode ser resumida, então, como uma necessidade das esquerdas de retomar um estilo de militância de base, territorial e presente no cotidiano das pessoas, deixando os discursos vanguardistas em segundo plano.

A dispersão que se seguiu apontou para a institucionalização e mudança de “lugar social” dos atores protagonistas da imprensa alternativa: tanto na abertura de espaço na grande mídia, quanto no trabalho em sindicatos, partidos, movimentos mantidos pela Igreja Católica e outras entidades da sociedade civil. Neste novo momento,

Não se reproduz a articulação que definia uma imprensa alternativa, apenas subsistem alguns de seus elementos, e numa forma mais simples: os jornais são veículos de defesa de interesses corporativos ou institucionais específicos. Nessa configuração o jornalista é essencialmente assalariado que precisa defender posições políticas e programáticas da instituição que o emprega. O âmbito da decisão política é o da instituição e não da redação do jornal (KUCINSKI, 1992, p. 97).

O autor ainda salienta que, apesar de certas semelhanças entre a imprensa alternativa e alguns dos novos jornais de entidades da sociedade civil, “nessa mudança de lugar social o jornalista não é sujeito do processo e desaparece a autonomia jornalística” (KUCINSKI, 1992, p. 14).

POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO E O PARTIDO DOS TRABALHADORES

O crescimento eleitoral do PT foi rápido no país. Fundado no início da década, e mesmo com poucos parlamentares eleitos em 1986, o partido interviu com força e apoio dos movimentos sociais na elaboração da constituição de 1988. E, no mesmo ano, vence eleições em importantes capitais, como São Paulo e Porto Alegre.

Restrito às gestões municipais, o PT praticamente não discutia política pública de mídia no país. Quando pressionado, a crítica ia para a completa ausência de diretrizes nacionais capazes de assegurar expressão aos mais diversos grupos e

movimentos culturais. Essa crítica tinha lógica e endereço certo: as gestões federais pós-ditadura (Sarney, Collor, Itamar e FHC) em nada mudaram o controle político (e eleitoreiro) das concessões e outorgas de emissoras de rádio e TV, que serviam como “moeda de troca” por apoio político, favores e alinhamento servil ao governismo de plantão. Enquanto isso, entidades que solicitavam canais comunitários sequer tinham retorno e explicação para as habituais negativas.

Nas gestões locais, algumas experiências petistas até avançaram na criação de conselhos de comunicação municipais, como foi em Porto Alegre, discutindo a redistribuição de recursos da propaganda, até então repassada hegemonicamente aos grandes grupos empresariais de mídia. Em alguns casos, o apoio a jornais populares e comunitários ganhou força, impulsionando expressões fora do eixo comercial hegemônico. De todo modo, foram casos pontuais.

Já em 2002, o debate da democratização da comunicação esteve nos documentos da campanha de Luiz Inácio Lula da Silva para a presidência. No entanto, não foi incorporado no programa do governo eleito, como apontam Liedtke e Aguiar (2011). A principal iniciativa política do governo para o setor foi a digitalização da televisão, sendo aprovado o modelo japonês, “defendido pelas empresas comerciais de televisão, lideradas pela Rede Globo, que teve no ministro Hélio Costa (ex-jornalista da emissora) seu principal interlocutor junto ao governo” (LIEDTKE; AGUIAR, p.5, 2011).

Já no plano de governo de 2006, a regulação do setor estava explícita, sendo a desconcentração da propriedade dos meios de comunicação a tarefa fundamental. As ações mais avançadas, todavia, foram o fortalecimento da mídia pública, com a criação da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), em 2008, e a realização da Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), 2010, “um importante instrumento de consulta popular, garantindo a participação da sociedade civil na formulação de políticas públicas” (LIEDTKE; AGUIAR, p.10, 2011), mas que não foram implementadas mesmo com a eleição de Dilma Rousseff no mesmo ano. Assim, de acordo com os autores, “não houve qualquer alteração fundamental no quadro de concentração da propriedade da mídia no Brasil entre 2003 e 2010”.

Outros dois temas devem ser sinalizados: a distribuição de verbas publicitárias e a criminalização das rádios comunitárias. Entre 2003 e 2014, a TV Globo recebeu R\$ 6,2 bilhões de publicidade federal. Record, SBT e Band tiveram R\$ 2 bi, R\$ 1,6 bi e R\$ 1 bi, respectivamente, conforme apresenta Fernando Rodrigues (2012). Em relação às rádios comunitárias, não houve qualquer avanço democratizante: a legislação do setor segue a mesma do governo de Fernando Henrique Cardoso (Lei nº 9.612/1998) e, segundo Venício Lima (2010), a repressão às rádios comunitárias que não conseguem se legalizar em certos momentos chegou a aumentar, comparada ao governo anterior.

Em resumo,

Apesar de criar instrumentos de diálogo com a sociedade civil, a exemplo da CONFECOM, os dois mandatos demonstraram que o governo [Lula] se intimidou com a repercussão negativa na imprensa das propostas democratizantes da comunicação, bem como, valorizou majoritariamente o interesse dos empresários da mídia, tanto na aprovação do padrão japonês da TV Digital, como na implantação de medidas redutoras à concentração de propriedade nos meios de comunicação. (LIEDTKE; AGUIAR, p.11, 2011).

CENÁRIO DA CRISE

A vitória apertada de Dilma Rousseff contra o senador Aécio Neves (PSDB) no segundo turno das eleições de 2014 já indicava a perda de hegemonia social dos governos petistas. O afastamento da presidenta pelo Legislativo no processo de impedimento é a cristalização da crise do ciclo petista. Certamente o cenário econômico global é determinante para o enfraquecimento do governo federal, principalmente devido à dependência brasileira da exportação de matérias-primas, que tiveram seus preços rebaixados. No entanto, é pela política que podem ser construídos diques de contenção contra as marés de crise, na relação entre reformas de governo e mobilização social. Optando por um modelo restrito à institucionalidade, o PT não pôde resistir à “onda conservadora”. A democratização da comunicação, considerando o papel central desempenhado pela mídia brasileira no processo de impedimento, certamente poderia ter sido um desses diques para enfrentar as “narrativas” pró-impedimento.

Se, como demonstra Kucinski (1992), o surgimento do PT no início dos anos 1980 provocou uma forte reorganização das esquerdas e, por tabela, da imprensa alternativa, podemos perguntar quais os impactos de sua crise para a atuação na comunicação.

Considerando pesquisas (GASPAR, 2016) que indicaram que a maior parte das chamadas classes C e D, bases da pirâmide social brasileira, veem o impedimento com distância, como uma “briga de elite”, o atual momento parece indicar às esquerdas aquela mesma estratégia de recuo defendida por Kucinski na abertura democrática, justamente determinante para o surgimento do PT a partir das bases sociais.

Um primeiro esforço quem sabe seja analisar as forças sociais que mais avançaram territorial e politicamente durante os últimos quinze anos. Destacamos o fenômeno do neopentecostalismo. Segundo o Censo de 2010, 22,2% dos brasileiros declaram-se evangélicos (tradicionais, pentecostais e neopentecostais), 42,3 milhões de pessoas. Estão atrás apenas dos católicos, que correspondem a 64,6% da população (IBGE, 2012).

Brand Arenari (2015), em uma abordagem apoiada nas sociologias de Max Weber e Pierre Bourdieu, sustenta que o pentecostalismo é uma resposta a novas ansiedades de sociedades de capitalismo periférico. Ou seja, “foi o discurso religioso capaz de levar as principais promessas da modernidade a grupos sociais ou classes sociais ‘esquecidos’ pela sociedade moderna” (ARENARI, 2015, p.12). Assim,

Tornou-se a expressão religiosa por excelência de uma classe social com maior presença numérica em sociedades periféricas, ou seja, a massa de trabalhadores excluídos da expansão capitalista na periferia de seu sistema. Uma parte importante dessa equação foi a promessa do Pentecostalismo de uma salvação intramundana, em sintonia com a necessidade de aliviar as ansiedades geradas pelo capitalismo (ARENARI, 2015, p.11).

Em termos de representatividade político-partidária, a bancada evangélica tem hoje 75 deputados federais e três senadores (DIAP, 2014). De acordo com Mariano (2008), o Pentecostalismo cresce no Brasil desde os anos 1950, mas é desde os anos 1980 em que há uma expansão acentuada, no momento em que o movimento religioso passa a conquistar visibilidade pública, especialmente e na televisão e no rádio, e poder político alojado em pequenos partidos.

MÍDIA, POLÍTICA E RELIGIÃO

A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) foi fundada em 1977 pelo bispo Edir Macedo e é a maior representante do neopentecostalismo brasileiro. Para Arenari (2015), o sucesso desse movimento religioso tem relação direta com as respostas e soluções que ele pode oferecer a um segmento de trabalhadores marginalizados. Esse vínculo elementar entre pastor e fiel é a base sobre a qual foi se estruturando, aos poucos, impérios – econômicos, políticos e midiáticos – como o de Edir Macedo. Por isso, Torres (2012) dá centralidade aos “serviços de cura” da IURD. Eles são a expressão mais acabada e radicalizada da eficácia obtida pela relação entre “religiosidade popular mágica, indústria cultural de ponta na oferta e no consumo dos bens religiosos, e racionalidade empresarial em toda a dinâmica de expansão planejada da Igreja” (TORRES, 2012, p. 109).

Ainda segundo o autor,

Os “serviços de cura” ganham eficácia numa dinâmica social em que a auto-imagem do fracasso individual encarna tudo que deve ser combatido e evitado. Estes serviços são consumidos numa “máquina narrativa” que dilui essa auto-imagem degradante, dizendo que todas as mazelas que envolvem a vida econômica, afetiva, familiar e a saúde foram produzidas por “encostos”; e que a busca de “socorro espiritual” na IURD traz a solução para isso na medida em que é capaz de fornecer proteção ao indivíduo contra as investidas destes agentes do mal (TORRES, 2012, p. 109).

Dessa forma, “o papel das mídias para as igrejas evangélicas não é necessariamente converter ouvintes, leitores e telespectadores, mas sim transmitir uma mensagem convincente para que eles compareçam aos cultos” (ROTHBERG; DIAS, 2012, p. 23). Fonteles (2010) também destaca que os programas televisivos evangélicos da década de 1980, inspirados nos tele-evangelistas norte-americanos, foram patrocinados pela própria massa de fiéis, via dízimo e ofertas. São os telespectadores-fiéis os principais consumidores e sustentadores dos produtos

midiático-religiosos.

Em 1989, a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) assumiu o controle da Rede Record de televisão e pode aumentar sua projeção pública de maneira massiva. Em 1998, a IURD elegeu 17 deputados federais. A cadeia de rádios Rede Aleluia hoje é formada por mais de 56 emissoras espalhadas pelo país, cobrindo 75% do território nacional. A revista Plenitude foi o primeiro veículo impresso, seu formato era de gibi e os textos eram escritos pelos próprios dirigentes da Igreja. Em 1992, foi lançado o selo musical Line Records. Em 2000, foi criado na internet o portal Arca Universal. Por fim, o semanário Folha Universal atualmente tem tiragens médias entre 2,5 e 3,5 milhões de exemplares (ROTHBERG; DIAS, 2012).

“A estratégia de ocupação simultânea do espaço político e do cenário midiático pode ser uma razão para o crescimento mais rápido da IURD entre as cinco organizações que concentram 85% dos fiéis pentecostais” (ROTHBERG; DIAS, 2012, p.21). Mas não é necessariamente a partir dos meios massivos que a Universal elege seus deputados. São nos cultos, presencialmente, onde são apresentados os candidatos e até a plataforma política da igreja para as eleições. Conforme apresentamos, a principal função dos meios de comunicação da IURD é manter o vínculo com o fiel, reforçando a identidade neopentecostal, os “serviços de cura” e garantindo cultos cheios.

É possível perceber que igrejas como a IURD foram apostas político-econômicas de longo prazo, a partir de uma organização centralizada e profissional, e de investimentos eleitorais e midiáticos. Mas, diferente de setores do agronegócio e do empresariado, por exemplo, a IURD conta com uma ampla base social e está “dando respostas” para os problemas do cotidiano das classes populares. Nas estratégias de comunicação, articulam-se permanentemente o popular e o massivo, a vivência imediata e a midiaticizada.

DESAFIOS PARA A ESQUERDA E A IMPRENSA ALTERNATIVA

É neste cenário em que a estratégia de recuo para as bases sociais apontada por Kucinski no contexto de crise da imprensa alternativa pode ser recuperada. A perda de hegemonia coloca em cheque a identificação das classes populares com o Partido dos Trabalhadores (PT) e a esquerda em geral.

Na ausência de uma gramática política inclusiva, democrática e participativa, e de um projeto de país turbinado por um discurso cultural-ideológico forte que falasse diretamente a esses setores, viu-se o novo consumo material e cultural encontrar um correlato moral: a Teologia da Prosperidade. Nós, que sempre consumimos, assistimos sem entender (e, portanto, sem disputar) o fenômeno. “Consumo sem luta por direitos”, “consumo sem valores civilizacionais” tem sido o tom das análises. Eis que a luta por direitos e representação política no parlamento e os valores civilizacionais das massas pentecostais (negras e pobres, em sua maioria) emergem com força. A recepção, recheada de boas e velhas intenções “humanistas”, vem em tom de negação radical: “atraso”, “obscurantismo”, “fundamentalismo” (PARANÁ, 2015).

A esquerda brasileira sofre de uma profunda crise de autoridade moral e intelectual, que se reflete na disputa ideológica da sociedade, entendendo ideologia não como “falsa consciência”, senão, como define Edemison Paraná (2015), “um modo de representação prático (e infra-consciente) do mundo em que vivemos, baseado fundamentalmente na realidade cotidiana de nossas vidas, inseridas num dado modo de organização da vida social”. Por isso, ideologia é também

Afeto e identificação, porque ancorada em dimensões simbólicas, rituais, práticas e nos sistemas de referência, presença e convivência cotidiana (o pastor toma parte e ajuda a 'resolver' os problemas práticos da comunidade, com a comunidade). “A hegemonia política teve por base, em todas as partes, o exercício de uma função social”, observou Engels no Anti-Duhring. Contra sua força avassaladora, a pureza iluminista de distantes discursos lógico-rationais pouco representa (PARANÁ, 2015).

A consequência política desta análise faria com que as esquerdas assumissem a comunicação e o jornalismo popular e comunitário como uma das ferramentas de mobilização social e disputa de hegemonia, aproveitando seu caráter de construção coletiva, presencial e territorial, a partir da cultura e das questões enfrentadas pela própria comunidade ou grupo social e, assim, presente na dimensão do afeto e identificação.

Essa ênfase no popular não implica abandonar o terreno do massivo, mas simplesmente considerar que a eficácia do discurso massivo está diretamente relacionada a questões ideológicas, que são construídas (e podem ser desconstruídas) na vida cotidiana. Trata-se de adequar a prática militante para um momento de crise de hegemonia, voltando-se para as bases sociais a fim de também acumular forças para a disputa nos espaços públicos da sociedade civil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O percurso histórico realizado neste trabalho, da imprensa alternativa na resistência à ditadura militar até o momento atual, passando pelas políticas de comunicação do Partido dos Trabalhadores e com ênfase no fenômeno do neopentecostalíssimo, teve o objetivo de refletir sobre algumas estratégias de comunicação nas disputas políticas.

Destacamos que o movimento religioso neopentecostal se assenta sobre vínculos estabelecidos entre pastor e fiel e, especialmente no caso da Igreja Universal do Reino de Deus, através dos “serviços de cura”. O investimento em diferentes mídias pela IURD corresponde a diferentes necessidades e é uma estratégia central para o fortalecimento religioso e também político e econômico.

De outro lado, procuramos relacionar a crise de identidade das esquerdas e da imprensa alternativa – apontada por Kucinski no início da 1980, que culminaria na fundação do PT a partir de um novo estilo de militância de base – com o cenário atual de retrocesso político-ideológico nacional e apontar, de maneira inicial e exploratória, desafios e possibilidades.

Por fim, é preciso registrar que não há intenção de nivelar o comportamento dos movimentos sociais pelas práticas do neopentecostalismo, mas sim abordar as condições de disputa em um terreno que este movimento religioso ganha cada vez mais hegemonia.

REFERÊNCIAS

- ARENARI, B. América Latina, pentecostalismo e capitalismo periférico: Aproximações teóricas para além do culturalismo. **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, [S.l.], v. 15, n. 3, p. 514-527, jan. 2016. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/19642/13978>>. Acesso 21 mai. 2016.
- DIAP. **Radiografia do Novo Congresso**: Legislatura 2015-2019. Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar. Brasília: DIAP, 2014. Disponível em: <http://www.diap.org.br/index.php?option=com_jdownloads&view=viewcategories&Itemid=513>. Acesso 21 mai. 2016.
- FONTELES, H. A ascensão da mídia evangélica: pelo uso do tripé político, econômico e tecnológico. **Voos Revista Polidisciplinar Eletrônica da Faculdade Guairacá**, América do Norte, 2, jul. 2010. Disponível em: <<http://www.revistavoos.com.br/seer/index.php/voos/article/view/76>>. Acesso 22 Mai. 2016.
- IBGE. Censo demográfico 2010. **Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência**. Brasília, 2012.
- GASPAR, M. O que de fato divide os brasileiros (não é o impeachment). **Piauí**. 22/03/2016. Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/o-que-de-fato-divide-os-brasileiros-nao-e-o-impeachment/>. Acesso 17/05/2019.
- KUCINSKI, B. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: Scritta, 1991.
- LIEDTKE, P. F.; AGUIAR, I. Políticas públicas de comunicação no Governo Lula (2003-2010): avanços e retrocessos rumo à democratização do setor. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), 2011, Recife. **Anais do Intercom 2011**. São Paulo: Intercom, 2011.
- LIMA, V. O balanço dos governos Lula. **Observatório da Imprensa**, 13/12/2010, edição 619. Disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/o-balanco-dos-governos-lula/>>. Acesso 20 mai. 2016.
- MARIANO, R. Crescimento pentecostal no Brasil: fatores internos. **Revista de Estudos da Religião**, PUC, São Paulo, v.4, pp. 68-95, 2008.
- PARANÁ, E. Disputar o povão: neopentecostalismo como luta de classes. 07/07/2015. **Blog da Boitempo**. Disponível em <https://blogdaboitempo.com.br/2015/07/07/disputar-o-povao-neopentecostalismo-como-luta-de-classes/>. Acesso 22 mai. 2016.
- RODRIGUES, F. TV Globo recebeu R\$ 6,2 bilhões de publicidade federal com PT no Planalto. 29/06/2015. **Blog do Fernando Rodrigues**. Disponível em <http://fernandorodrigues.blogosfera.uol.com.br/2015/06/29/tv-globo-recebeu-r-62-bilhoesde-publicidade-federal-com-pt-no-planalto/>. Acesso 20 mai. 2016.
- ROITHBERG, D.; DIAS, M. Religião, política e eleições na Folha Universal. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n.27, p. 20-37, dez. 2012.
- TORRES, R. neopentecostalismo e o novo espírito do capitalismo na modernidade periférica. **Perspectivas**, Unesp, São Paulo, v. 32, p. 85-125, 2007.

SOBRE A ORGANIZADORA

Luciane Pereira da Silva Navarro - é jornalista formada pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2000), com mestrado em Linguagem, Identidade e Subjetividade, também pela UEPG (2014). É especialista em Direção de Arte pelo Centro Universitário Curitiba, Unicuritiba (2005). Com 23 anos de experiência em assessoria de comunicação, foi sócia da agência A4 Comunicação por 13 anos (2001-2014). Desde 2007, leciona nos cursos superiores de jornalismo e publicidade. Foi coordenadora do Curso de Pós-graduação em Comunicação Empresarial no Cescage (2013-2017). Atuou como coordenadora de marketing das Faculdades Ponta Grossa - Cescage (2014-2017). Atualmente, é Coordenadora de Comunicação da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Arte 41, 42, 85, 86, 99, 100, 103, 107, 109, 118, 124, 128, 129, 130, 131, 136, 139, 142, 143, 147, 152, 153, 161, 165, 204, 207, 213

C

Canal 11 156, 160, 163, 165, 167

Censura 45, 78, 83, 89, 94, 157, 183, 185, 186, 187, 188, 191

Cinema 44, 85, 102, 103, 108, 109, 112, 121, 123, 124, 129, 130, 131, 132, 136, 137, 138, 139, 140, 142, 153, 165, 183

Comunicação 1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 16, 20, 23, 24, 25, 26, 46, 54, 55, 56, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 80, 83, 85, 86, 90, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 103, 105, 108, 112, 114, 115, 118, 132, 142, 143, 146, 147, 149, 150, 151, 155, 156, 158, 165, 167, 169, 180, 183, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 199, 200, 201, 202, 208, 210

Correspondentes brasileiros 183

Crise política 192, 203

D

Dilma Rousseff 193, 196, 197, 203, 209, 211, 212, 213

Dispositivos móveis 62, 63, 66, 67, 68, 70

Documentário 123, 124, 127, 128, 129, 130, 131, 138, 140, 142, 143, 167, 168

E

Educação 4, 9, 43, 49, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 71, 72, 90, 147, 156, 157, 158, 162, 163, 165, 166, 167, 168, 211

Evolução curricular 50

Expressão artística 97

H

História 1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 28, 39, 41, 43, 48, 49, 50, 54, 60, 63, 64, 74, 75, 78, 79, 80, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 92, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 103, 110, 111, 112, 117, 120, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 133, 137, 138, 140, 141, 143, 144, 149, 151, 155, 156, 164, 166, 167, 168, 170, 171, 172, 173, 174, 176, 181, 183, 186, 190, 193, 203, 204, 206, 208, 213

Histórias em quadrinhos 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96

Historiografia 9, 21, 98, 125, 126, 170, 180

I

Ilustração 138, 189

Imprensa 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 37, 39, 40, 41, 42, 44, 45, 49, 51, 52, 53, 54, 55, 59, 74, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 87, 90, 96, 97, 98, 99, 102, 103, 111, 112, 113, 120, 132, 135, 136, 151, 170, 171, 175, 176, 177, 179, 180, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 197, 199, 200, 201, 210

Imprensa alternativa 190, 192, 193, 194, 195, 197, 199, 200, 201

Impresso 6, 20, 21, 37, 41, 45, 47, 49, 51, 56, 59, 79, 80, 100, 101, 103, 105, 110, 111, 169, 170, 172, 174, 176, 177, 199

J

Jornais 2, 3, 5, 6, 11, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 38, 39, 40, 41, 43, 46, 47, 48, 57, 74, 75, 77, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 95, 96, 98, 99, 109, 110, 134, 136, 146, 147, 171, 174, 175, 176, 179, 180, 181, 184, 188, 189, 191, 193, 194, 195, 196

Jornalismo esportivo 37, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49

Jornalismo literário 114, 119, 121

L

Lugar de memória 123, 124, 126, 127, 128, 129, 130

M

Mato Grosso 62, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 112

Mato Grosso do Sul 74, 75, 79, 80, 81, 83, 112

Memórias 13, 92, 114, 115, 117, 118, 122, 126, 140, 141, 142, 186, 191

N

Neopentecostalismo 192, 193, 197, 198, 201

O

Orlando Brito 202, 203, 205, 206, 208, 210, 211, 212

P

Pós-memórias 115, 117

R

Radiojornalismo 50, 51, 54, 55, 57, 59, 60

Relações de poder 156, 158, 170, 172, 174, 175, 181

Representação social 169, 170, 172, 173, 174, 176, 177, 178

Revista Ocas 150, 155

Revista Piauí 205, 207, 208, 211, 212, 214

Revistas brasileiras 98, 106

S

Segunda Guerra Mundial 87, 88

Street papers 145, 146, 147, 148, 154, 155

T

Televisão 24, 25, 27, 35, 47, 55, 56, 57, 85, 89, 94, 99, 100, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 156, 158, 159, 160, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 196, 198, 199

Testemunho 132, 133, 134, 135, 136, 139, 140, 141, 144

TV Educativa 156, 157, 158, 161, 163, 164, 166, 167, 168

TV Universitária 156, 158, 160, 161, 165

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-605-8

